

## KEPUASAN PETANI TERHADAP PILIHAN LEMBAGA PEMASARAN KARET DI KABUPATEN KUANTAN SINGINGI

### *Farmer's Satisfaction On The Choice of Rubber Marketing Institutions in Kuantan Singingi Regency*

Rosnita<sup>1</sup>, Arifudin<sup>1</sup>, Chairun Annisa<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Dosen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau

<sup>2</sup>Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau  
Kampus Binawidya KM 12,5, Simpang Baru, Kota Pekanbaru, Riau

\*Korespondensi penulis. Email: [arifudin981@gmail.com](mailto:arifudin981@gmail.com)

Diterima: 11 Juli 2023

Direvisi: 8 Agustus 2022

Disetujui Terbit: 5 Oktober 2022

#### ABSTRACT

There are two types of rubber marketing institutions in Gunung Toar and Kuantan Mudik, namely conventional and auction. Farmers who use the auction system are members of The Kuantan Singingi Rubber Farmer Association. The choice of marketing institution is determined by some factors, includes the farmer's satisfaction. The research aims to analyze the level of farmer satisfaction with the choice of marketing institutions in Kuantan Singingi Regency, both auction and conventional systems, using the Customer Satisfaction Index (CSI) and to know the satisfaction attributes that need to be improved and maintained by using the Importance Performance Analysis (IPA). The CSI analysis showed that all farmer participants were satisfied both with the auction system (102 farmers) and with the conventional marketing system. The IPA analysis found that the attributes that need to be improved for the auction marketing system is agribusiness enterprise, whereas the variable that need to be maintained is source of human and technological information. Meanwhile for the conventional marketing system, the variables that need to be improved are organization and agribusiness enterprises, whereas the variable that need to be maintained is technology information.

**Keywords:** *customer satisfaction index, importance performance analysis, Kuantan Singingi Rubber Farmers Association, rubber auction*

#### ABSTRAK

Lembaga pemasaran karet di Kecamatan Gunung Toar dan Kuantan Mudik terdapat dua jenis yaitu konvensional dan lelang. Petani yang menggunakan sistem lelang tergabung dalam Asosiasi Petani Karet Kuantan Singingi. Pemilihan lembaga pemasaran ini dipengaruhi oleh berbagai faktor salah satunya yaitu tingkat kepuasan petani itu sendiri. Untuk itu tujuan penelitian adalah menganalisis tingkat kepuasan petani terhadap pilihan lembaga pemasarannya baik sistem lelang ataupun konvensional di Kabupaten Kuantan Singingi menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan mengidentifikasi atribut kepuasan yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA). Teknik pengambilan contoh yang digunakan pada masing-masing lembaga pemasaran adalah acak sederhana dengan jumlah sampel 195 orang. Hasil analisis CSI menunjukkan bahwa seluruh petani peserta lelang (102 orang) maupun peserta pemasaran konvensional (93 orang) menyatakan sangat puas. Hasil IPA menunjukkan atribut yang perlu ditingkatkan di lembaga pemasaran lelang adalah variabel usaha agribisnis, sedangkan yang perlu dipertahankan adalah variabel variabel sumber daya manusia dan teknologi informasi. Untuk lembaga pemasaran konvensional atribut yang perlu ditingkatkan yaitu variabel organisasi dan usaha agribisnis, sedangkan atribut yang perlu dipertahankan yaitu variabel teknologi informasi.

**Kata kunci:** *Asosiasi Petani Karet Kuantan Singingi, customer satisfaction index, importance performance analysis, Lelang karet*

#### PENDAHULUAN

Berdasarkan data Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura dan Perkebunan Provinsi Riau Tahun 2019 tanaman perkebunan yang merupakan tanaman perkebunan yang cukup potensial di Kabupaten Kuantan Singingi adalah karet dan

kelapa sawit. Tanaman karet sudah lama diusahakan oleh masyarakat dan merupakan sumber mata pencaharian sebagian besar penduduk Kabupaten Kuantan Singingi (Dinas Tanaman Pangan Hortikultura dan Perkebunan Provinsi Riau, 2018).

Petani karet di Kabupaten Kuantan Singingi khususnya Kecamatan Gunung Toar dan Kecamatan Kuantan Mudik memiliki berbagai permasalahan dalam mengembangkan usaha tani karet ini, salah satu masalah yang dihadapi petani yaitu pemilihan lembaga pemasaran karet yang tepat. Lembaga pemasaran merupakan komponen penting yang harus dipilih petani agar mendapat keuntungan maksimal dalam usaha tani karet. Lembaga pemasaran karet di Kecamatan Gunung Toar dan Kuantan Mudik terdapat dua jenis yaitu konvensional dan lelang, petani yang menggunakan sistem lelang tergabung dalam Asosiasi Petani Karet Kuantan Singingi (APKARKUSI). Pemilihan lembaga pemasaran ini dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya yaitu tingkat kepuasan petani itu sendiri.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan atau konsumen yang merasa puas akan sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Namun, kepuasan ini sangat bergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri. Memuaskan kebutuhan Konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan (Indrasari, 2019).

Kepuasan menurut Kotler (2014) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Pelanggan membentuk harapan mereka berdasarkan pesan yang diterima dari penjual, teman-teman dan sumber-sumber informasi lainnya. Jika penjual melebih-lebihkan manfaat suatu produk, pelanggan akan mengalami harapan yang tidak tercapai (*disconfirmed expectations*), yang akan menyebabkan ketidakpuasan. Semakin besar kesenjangan antara harapan dan kinerja maka semakin besar ketidakpuasan pelanggan (Kotler, 2014)).

Kepuasan petani merupakan salah satu faktor penentu dalam memilih lembaga pemasaran karet. Kepuasan terhadap lembaga pemasaran dapat dinilai berdasarkan pelayanan yang diterima oleh petani. ). Lembaga pemasaran timbul karena adanya keinginan konsumen untuk

memperoleh komoditi yang sesuai waktu, tempat, dan bentuk yang diinginkan konsumen. Tugas lembaga pemasaran ini adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Konsumen memberikan balas jasa kepada lembaga pemasaran ini berupa margin pemasaran (Kotler, 2014).

Lembaga pemasaran yang berbeda tentu saja akan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda sesuai dengan jenis pelayanan yang diterima petani. Berdasarkan survei awal petani yang tergabung lelang cenderung memilih memakai lembaga penyelenggara pasar lelang di kelompok tani jika harga bokar yang didapat tidak jauh berbeda. Tingkat kepuasan petani yang beragam di Kabupaten Kuantan Singingi ,tentu saja beragam pula sistem pemasaran yang dipilih petani. Lembaga penyelenggara yang beragam ini menyebabkan petani memiliki strategi dan hal lain yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lembaga pemasaran.

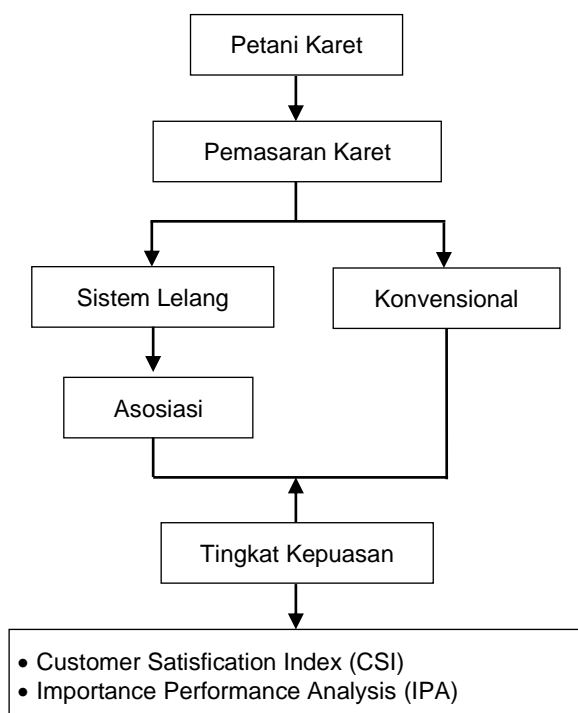
Berdasarkan hal diatas maka tujuan penelitian ini adalah (1). Menganalisis tingkat kepuasan petani terhadap pilihan lembaga pemasarannya baik sistem lelang ataupun konvensional di Kabupaten Kuantan Singingi. (2). Mengetahui atribut kepuasan yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan.

## METODE PENELITIAN

### Kerangka Pemikiran

Lembaga pemasaran karet di Kecamatan Gunung Toar dan Kuantan Mudik terdapat dua jenis yaitu konvensional dan lelang, petani yang menggunakan sistem lelang tergabung dalam Asosiasi Petani Karet Kuantan Singingi (APKARKUSI). Pemilihan lembaga pemasaran ini dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya tingkat kepuasan petani itu sendiri terhadap sistem pemasaran lelang di Kabupaten Kuantan Singingi. Kepuasan menurut Ong (2014) adalah wujud perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya. Apabila kinerja lembaga dibawah harapan konsumen maka konsumen akan kecewa begitupun sebaliknya sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan respon dari pemenuhan kebutuhan konsumen. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Pelanggan membentuk harapan mereka

berdasarkan pesan yang diterima dari penjual, teman-teman dan sumber-sumber informasi lainnya. Jika penjual melebih-lebihkan manfaat suatu produk, pelanggan akan mengalami harapan yang tidak tercapai (*disconfirmed expectations*), yang akan menyebabkan ketidakpuasan. Semakin besar kesenjangan antara harapan dan kinerja maka semakin besar ketidakpuasan pelanggan (Kotler, 2014). Setelah ditentukan banyaknya sampel untuk tiap-tiap sistem pemasaran maka dilakukan identifikasi terhadap kepuasan yang didapat petani. Tingkat kepuasan petani terhadap lembaga pemasaran pilihannya akan diukur dengan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA).



Gambar 1. Konseptual Penelitian

### Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dilaksanakan selama 10 bulan terhitung dari bulan Agustus 2020 sampai Juni 2021. Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Kuantan Singingi khususnya Kecamatan Gunung Toar dan Kuantan Mudik. Pemilihan lokasi

penelitian atas pertimbangan karena Kecamatan Gunung Toar dan Kuantan Mudik memiliki perkebunan karet yang luas dan memiliki dua sistem pemasaran karet yaitu sistem konvensional serta sebagian petani telah menerapkan dan mempertahankan model pemasaran karet dengan sistem lelang. Total populasi di dua kecamatan baik sistem konvensional maupun sistem lelang adalah sebanyak 1540. Berdasarkan rumus Slovin maka diperoleh total sampel untuk kedua lembaga pemasaran sebanyak 94 orang. Jumlah sampel sistem konvensional dan lelang di dua Kecamatan dihitung secara proporsional, perhitungan secara proporsional dilakukan karena berbedanya jumlah populasi pada setiap sistem pemasaran, jadi perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Sistem konvensional} &= 790 / 1674 \times 94 = 45 \text{ petani} \\ \text{Sistem lelang} &= 884 / 1674 \times 94 = 50 \text{ petani} \end{aligned}$$

Langkah selanjutnya yaitu menentukan jumlah masing-masing sampel di tiap Kecamatan pada masing-masing sistem pemasaran dihitung kembali secara proporsi, adapun perhitungan untuk jumlah sampel di Kecamatan Gunung Toar untuk masing-masing lembaga pemasaran adalah pada sistem konvensional dibutuhkan 26 petani sedangkan untuk sistem lelang dibutuhkan 30 petani sebagai sampel penelitian. Selanjutnya perhitungan sampel secara proporsi di Kecamatan Kuantan Mudik untuk masing-masing lembaga pemasaran adalah pada sistem konvensional dibutuhkan 18 petani dan pada sistem lelang dibutuhkan 20 petani. Untuk lebih jelasnya perhatikan tabel 1.

### Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk menentukan tingkat kepuasan secara keseluruhan dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat harapan dari atribut-atribut Petani karet Kabupaten Kuantan Singingi khususnya Kecamatan Gunung Toar dan Kecamatan Kuantan Mudik yang diukur berdasarkan tanggapan petani. Cara untuk mengukur indeks ini dengan empat tahapan Stratford (2004) yaitu menghitung:

Tabel 1. Jumlah Sampel Petani

No	Kecamatan	Sistem Konvensional		Sistem Lelang	
		Populasi	Sampel	Populasi	Sampel
1	Gunung Toar	470	26	537	30
2	Kuantan Mudik	320	18	347	20
	Jumlah	790	45	884	50

**1. Weighting Factors (WF)**

Weighting Factors merupakan fungsi dari Mean Importance Score (MIS) masing-masing atribut atau indikator dalam bentuk persentase (%) dari total Mean Importance Score (MIS-i) dari keseluruhan atribut yang diuji:

$$WeightFactors = \frac{MIS_i}{Total\ MIS_i} \times 100\% \dots Sangadji (2013)$$

Keterangan:

i = atribut ke-i

Cara menghitung MIS adalah:

$$MIS = \frac{Importance\ Score}{n} \dots Sangadji (2013)$$

**2. Weight Score (WS)**

Weight Score merupakan fungsi dari Mean Performance Score (MPS) dikalikan dengan Weight Factors (WF):

$$WS = MPS \times WF \dots Sangadji (2013)$$

Cara menghitung MPS adalah:

$$MPS = \frac{Performance\ Score}{n} \dots Sangadji (2013)$$

**3. Weight Average Total (WAT)**

Weight Average Total merupakan fungsi dari Total Weighted Score (WS) atribut ke- 1 (a-1) hingga atribut ke-n (a-n):

$$WAT = W_{sa-1} + W_{sa-2} + W_{sa-3} \dots + W_{sa-n} \dots Sangadji (2013)$$

**4. Costumer Satisfaction Index (CSI)**

Customer Satisfaction Index merupakan fungsi dari Weighted Average (WA) dibagi Highest Scale (HS) atau skala maksimum yang akan dipakai dalam penelitian dikalikan 100 persen:

$$CSI = \frac{WAT}{HS} \times 100\% \dots Sangadji (2013)$$

Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh akan dilihat dari kriteria tingkat kepuasan. Kepuasan tertinggi dicapai bila CSI menunjukkan 100 persen, rentang kepuasan berkisar dari 0-100 persen. Berdasarkan Simamora (2005) dalam Mustika (2018), untuk membuat skala linier numerik, ditentukan rentang skala (RS) terlebih dahulu dengan rumus:

$$RS = \frac{m-n}{b} \dots Sangadji (2013)$$

Keterangan:

RS = Rentang Skala

m = Skor Tertinggi

n = Skor Terendah

b = Jumlah kelas (pada penelitian ini akan digunakan lima kategori kelas)

Pada penelitian ini, rentang skalanya adalah:

$$RS = \frac{100\% - 0\%}{5} = 20\% \dots Sangadji (2013)$$

Berdasarkan hasil perhitungan skala tersebut maka kriteria kepuasannya adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Rentang Skala Kepuasan Petani Karet Kabupaten Kuantan Singingi

No	Nilai Rentang Skala Kepuasan Petani	Kriteria
1.	80% < CSI ≤ 100%	Sangat Puas
2.	60% < CSI ≤ 80%	Puas
3.	40% < CSI ≤ 60%	Cukup Puas
4.	20% < CSI ≤ 40%	Tidak Puas
5.	0% < CSI ≤ 20%	Sangat Tidak Puas

Pengukuran selanjutnya dilakukan dengan menggunakan metode IPA dengan bantuan Microsoft Excel dan Software SPSS 22 digunakan untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan (importance) dan tingkat kinerjanya (performance). Tingkat kinerja digunakan untuk menilai seberapa besar kinerja atribut yang sudah dirasakan petani karet. Penentuan atribut yang dinilai dalam wawancara pendahuluan dengan pihak Pengurus Asosiasi dan Kelompok Petani Karet Kabupaten Kuantan Singingi dan studi literatur. Setiap atribut pernyataan diberikan skala 1 sampai 5, kelima tingkat harapan dan kinerja tersebut diberikan bobot sesuai dengan Tabel 3.

Tabel 3. Skor atau Nilai Tingkat Harapan dan Kinerja Terhadap Atribut

Skor/Nilai	Tingkat Harapan	Tingkat kinerja
1	Tidak setuju	Tidak baik
2	Kurang setuju	Kurang baik
3	Cukup setuju	Cukup baik
4	Setuju	Baik
5	Sangat setuju	Sangat baik

Setelah memberikan skor untuk penilaian tingkat harapan dan tingkat kinerja suatu atribut dengan cara memberikan pertanyaan yang sudah

disusun melalui kuesioner kemudian langkah selanjutnya adalah menjumlahkan skor penilaian yang diberikan petani karet Kabupaten Kuantan Singingi. Hasil perhitungan berdasarkan penilaian petani karet digambarkan pada diagram kartesius dengan sumbu X diisi dengan tingkat kepercayaan dan sumbu Y diisi dengan tingkat kepentingan. Konsep *Importance Performance Analysis* (IPA) sangat bagus dan tepat dalam melakukan analisa kepuasan. Proses analisa metode IPA cukup detail, dari menentukan kepuasan secara menyeluruh hingga mendapatkan atribut-atribut pelayanan yang perlu diperbaiki dan atribut yang harus dipertahankan (Syaifullah, 2018). Berdasarkan Anggraini (2015) perbandingan *performance* dengan *importance* dirangkum pada diagram *cartesius* yang terbagi atas 4 (empat) kuadran yaitu:

#### 1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Posisi ini memuat variabel-variabel yang dianggap penting oleh petani karet namun pada kenyataannya kinerja asosiasi dari variabel ini belum sesuai dengan yang diharapkan. Artinya tingkat kepuasan yang diperoleh petani karet masih sangat rendah dan masih perlu melakukan perbaikan secara terus menerus.

#### 2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Posisi ini memuat variabel-variabel yang dianggap penting oleh petani karet telah dilaksanakan dengan baik petani karet Kabupaten Kuantan Singingi dan dapat memuaskan petani. Hal ini menuntut untuk dapat mempertahankan posisinya.

#### 3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Posisi ini memuat variabel-variabel yang kurang dianggap penting oleh petani karet, dan pada kenyataannya kinerjanya juga tidak terlalu istimewa. Perbaikan atau peningkatan kinerja variabel-variabel yang terdapat dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya kecil terhadap petani karet Kabupaten Kuantan Singingi.

#### 4. Kuadran IV (Berlebihan)

Posisi ini memuat variabel-variabel yang kurang dianggap penting oleh petani karet, akan tetapi pelaksanaannya telah dijalankan dengan sangat baik. Kinerja variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar dapat menghemat biaya.

Kepuasan petani akan diukur dari lima sektor penting yaitu sektor organisasi, sumber daya manusia, manajemen, usaha agribisnis, dan teknologi informasi, dengan total jumlah indikator penelitian tiga puluh satu dari pengembangan

lima variabel (Arifiyanti, 2017). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey secara langsung dan tidak langsung yaitu dengan melakukan wawancara berdasarkan kuesioner yang telah dipersiapkan secara langsung di lapangan ataupun tidak langsung melalui media handphone atau alat komunikasi lainnya (mengingat pelaksanaan penelitian dilakukan pada masa pandemi COVID-19). Jenis data yang diambil dalam penelitian ini terdiri dari dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Kuantan Singingi khususnya Kecamatan Gunung Toar dan Kuantan Mudik dengan pertimbangan dua kecamatan ini telah memiliki perkebunan karet yang luas dan memiliki dua sistem pemasaran karet yaitu sistem konvensional serta sebahagian petani telah menerapkan dan mempertahankan model pemasaran karet dengan sistem lelang. Penelitian dilaksanakan selama 6 bulan terhitung dari Agustus 2020 sampai Februari 2021, Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 45 sampel untuk sistem konvensional, dan 50 sampel untuk sistem lelang. Metode pengambilan data dalam penelitian ini adalah Simple Random Sampling, pada lembaga pemasaran lelang dilakukan pengambilan sampel secara acak pada masing-masing gapoktan. Metode yang digunakan untuk menganalisis tujuan pertama dan kedua adalah Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA).

Perhitungan CSI dilakukan untuk menentukan tingkat kepuasan secara keseluruhan dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat harapan dari atribut-atribut Petani Karet Kabupaten Kuantan Singingi khususnya Kecamatan Gunung Toar dan Kecamatan Kuantan Mudik yang diukur berdasarkan tanggapan petani, sedangkan analisis IPA digunakan untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerjanya (*performance*), untuk selanjutnya dikonversikan ke empat kuadran dalam satu diagram kartesius sehingga diketahui variabel/atribut mana yang perlu ditingkatkan (Sangadji, 2013).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Tingkat Kepuasan Petani Karet Terhadap Sistem Lelang

#### *Customer Satisfaction Index* (CSI) Petani Terhadap Sistem Lelang

Tingkat kepuasan ini diukur dengan menggunakan Analisis *Customer Satisfaction Index* dengan melalui 4 tahapan pengukuran yaitu dengan menghitung *Weighting Factor* (WF),

dilanjutkan dengan menghitung *Weight Score* (WS) dan *Weight Average Total* (WAT), selanjutnya barulah dilakukan perhitungan terhadap *Customer Satisfaction Index* (CSI). Rekapitulasi hasil perhitungan 4 tahapan untuk analisis *Customer Satification Indeks* (CSI) dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Rekapitulasi Hasil Perhitungan 4 Tahapan Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No.	Variabel	MIS	MSS	WF	WS
1	Organisasi	4,54	4,21	23,09	97,14
2	SDM	4,63	4,51	23,55	106,09
3	Manajemen	3,65	3,49	18,58	64,79
4	Usaha Agribisnis	2,07	4,49	10,53	47,29
5	Teknologi Informasi	4,77	4,47	24,24	108,45
WT		508,50			
CSI		102 (SANGAT PUAS)			

Sumber : Olahan Data, 2021

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa kepuasan petani terhadap pemasaran lelang berada pada kategori sangat puas dengan nilai 102. Pengukuran CSI ini didasarkan pada 5 variabel yaitu organisasi, sumber daya manusia, manajemen, usaha agribisnis, dan teknologi informasi. Hasil pengukuran ini dapat dijadikan salah satu landasan petani lembaga penyelenggara pasar lelang untuk meningkatkan sekaligus mempertahankan pelayanan kepada petani agar petani tetap memilih lembaga pemasaran secara lelang untuk menjual hasil panennya. Tingkat kepuasan yang berada pada kategori sangat puas ini adalah salah satu kunci untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini berbarengan dengan pendapat Devani (2016) yang menyatakan bahwa tingkat kepuasan konsumen dapat dijadikan salah satu acuan dalam ukuran pengembangan dan implementasi suatu produk/kegiatan ke depannya, serta adalah kunci utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan sehingga dapat mencegah pelanggan beralih ke lembaga yang lain (Devani, 2016). Selain itu juga didukung oleh pendapat Zikri Ahmad (2022) yang menyatakan bahwa secara umum tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan perlakuan yang konsumen terima. Meniali kepuasan konsumen dan meningkatkan ekspektasi konsumen, sehingga konsumen dapat menjadi pelanggan jika apa yang didapatkan sesuai dengan harapannya (Zikri Ahmad, 2022)

### **Importance Performance Analysis (IPA) Petani Terhadap Sistem Lelang**

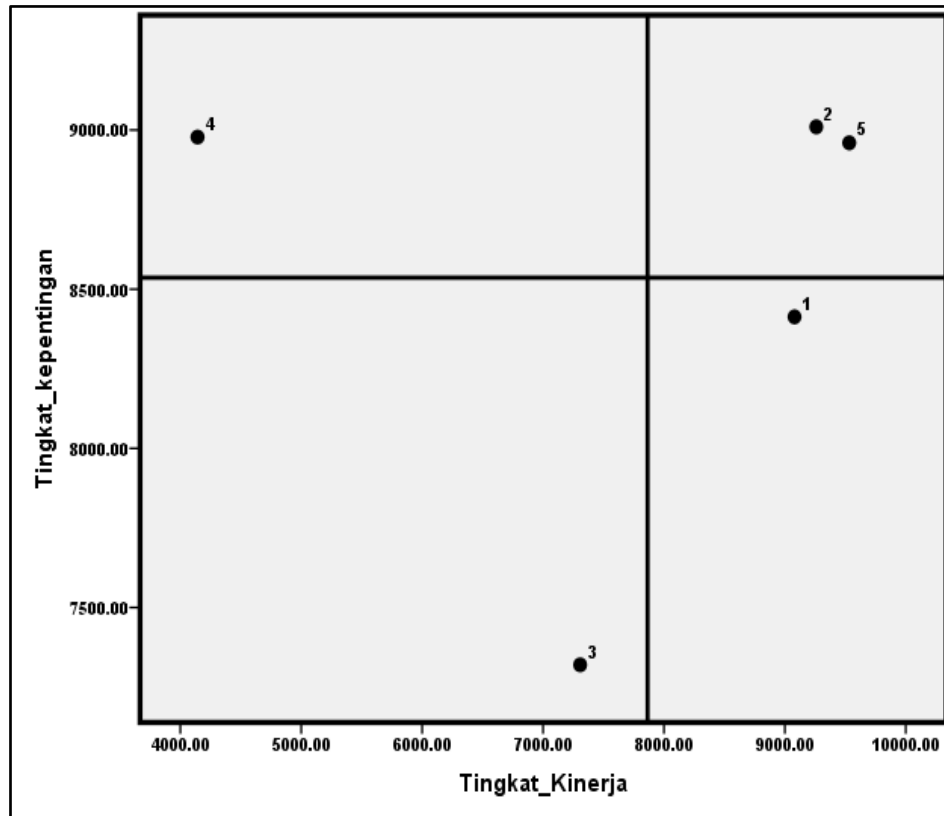
Kepuasan petani terhadap sistem pemasaran lelang selanjutnya diidentifikasi menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) yang akan ditampilkan dengan Diagram *Cartesius*. Analisis IPA dilakukan untuk melihat kinerja mana yang harus dipertahankan dan ditingkatkan petani berdasarkan persepsi petani tentang kepentingan variabel tersebut. Berikut hasil analisis *Importance Performance Analysis* yang digambarkan melalui Diagram Kartesius pada Gambar 2.

#### a) Kuadran I (Prioritas Utama)

Berdasarkan diagram diatas dapat dilihat bahwa variabel yang termasuk kuadran I adalah variabel yang menurut persepsi petani lembaga pemasaran atau APKARKUSI memiliki kinerja yang rendah terhadap variabel yang dianggap penting. Variabel yang dikategorikan kuadran I adalah variabel usaha agribisnis. Menurut petani APKARKUSI perlu memberikan fasilitas seperti bibit unggul, penangkaran bibit, fasilitas pupuk organik, pupuk kimia, pestisida, pengendalian hama serta pemberian kredit. Namun APKARKUSI hanya memberikan bantuan berupa alat pertanian yang sebenarnya petani mampu membeli alat pertanian tersebut. Contoh bantuan alat pertanian yang diberikan adalah seperti mangkok sadap, pisau sadap, ring mangkok sadap, talang sadap, dll. APKARKUSI sudah menanggapi keluhan petani terkait hal ini, yaitu untuk mendapatkan bantuan lain petani perlu mengajukan proposal sesuai dengan bahan atau barang apa yang dibutuhkan oleh petani. Bukti bahwa APKARKUSI berusaha meningkatkan kinerjanya adalah penyerahan bantuan dari pemerintah dalam bentuk gerobak untuk mengangkut hasil panen kepada petani.

#### b) Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran II memuat variabel yang sudah sangat baik kinerjanya oleh APKARKUSI dan tingkat kepentingannya juga sangat penting menurut persepsi petani. Variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah variabel sumber daya manusia dan teknologi informasi. Menurut persepsi petani sumber daya manusia yang meliputi kualitas, kompetensi, dan keaktifan pengurus, komitmen pengurus, motivasi pengurus, dan keaktifan pengurus sudah sangat baik dan merupakan variabel yang sangat penting untuk kemajuan APKARKUSI kedepannya, karena indikator-indikator dalam variabel ini sangat menentukan terhadap jalannya variabel yang lain. Sedangkan variabel teknologi informasi yang meliputi sosialisasi



Sumber: Data Olahan, 2021

Gambar 2. Diagram *Cartesius Importance Performance Analysis* Sistem Pemasaran Lelang

inovasi, penerimaan aspirasi, informasi terbaru juga sudah sangat baik. Hal ini dikarenakan setiap pelaksanaan lelang yang dilakukan setiap hari Senin petani mendapatkan penyuluhan yang berupa pemberian informasi terbaru, pengenalan inovasi terbaru, serta penerimaan aspirasi yang dilakukan oleh penyuluh dari APKARKUSI langsung, sehingga petani yang tergabung lelang selalu *update* dengan sumber informasi terbaru. Hal ini perlu dipertahankan kinerjanya.

c) Kuadran III (Prioritas Rendah)

Variabel yang termasuk ke kuadran III adalah variabel manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, monitoring, rapat musyawarah, pembinaan, dan pelatihan. Menurut petani karena kinerja APKARKUSI terhadap variabel organisasi sudah maksimal maka variabel manajemen dianggap tidak terlalu penting karena indikator seperti pelatihan dan pembinaan sudah dirasa cukup diterima setiap minggunya ketika pelaksanaan lelang. Hal ini diterima baik oleh APKARKUSI sehingga kinerja variabel tersebut tidak ditingkatkan.

d) Kuadran IV (Berlebihan)

Variabel yang termasuk ke dalam kuadran IV adalah variabel organisasi. Menurut petani

variabel ini tidak terlalu penting akan tetapi kinerja lembaga pemasaran lelang sangat baik, sehingga variabel ini dapat diturunkan kinerjanya oleh APKARKUSI untuk mengurangi biaya.

**Tingkat Kepuasan Petani Karet Terhadap Sistem Konvensional**

***Customer Satisfaction Index (CSI) Petani Terhadap Sistem Konvensional***

Petani konvensional adalah petani yang memasarkan karetnya dengan menjual kepada tauke. Tingkat kepuasan petani konvensional dianalisis dengan menggunakan *Customer Satisfaction Index* dengan melalui 4 tahapan pengukuran yaitu dengan menghitung *Weighting Factor (WF)*, dilanjutkan dengan menghitung *Weight Score (WS)* dan *Weight Average Total (WAT)*, selanjutnya barulah dilakukan perhitungan terhadap *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Rekapitulasi hasil perhitungan 4 tahapan untuk analisis *Customer Satisfaction Indeks (CSI)* dapat dilihat pada tabel 5.

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa petani karet yang melakukan pemasaran konvensional sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan dengan nilai analisis *Customer*

*Satisfaction Index* (CSI) 93 yang berarti berada pada kategori sangat puas, hal ini tentu saja baik untuk lembaga konvensional ke depannya. Hal ini berbarengan dengan pendapat Siyamto (2017) bahwa tingkat kepuasan yang baik adalah salah satu kunci sukses lembaga dalam jangka panjang. Apabila pelanggan merasa puas kemungkinan besar pelanggan akan menceritakan hal-hal positif kepada orang lain tentang lembaga tersebut, begitupun sebaliknya jika pelanggan tidak puas tentu saja mereka cenderung mengeluh dan menceritakan pengalaman buruknya kepada orang lain (Siyamto,2017).

Tingkat kepuasan ini diidentifikasi dari 5 variabel agar selanjutnya dapat dijadikan salah satu acuan tauke sebagai penyelenggara lembaga pemasaran secara konvensional untuk meningkatkan ke arah yang lebih baik lagi dan juga mempertahankan pelayanannya terhadap petani yang tergabung hal ini dikarenakan kualitas layanan serta harga yang ditawarkan lembaga sangat berpengaruh penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen (Handoko,2017).

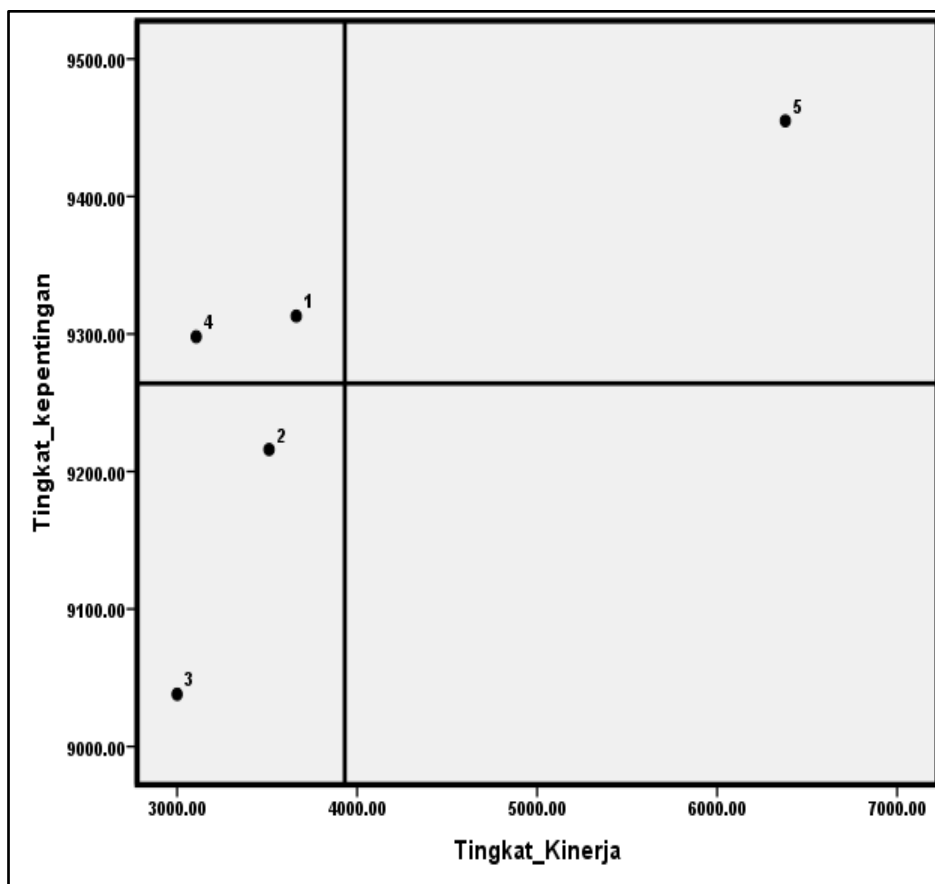
Tabel 5. Rekapitulasi Hasil Perhitungan 4 Tahapan Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) Terhadap Sistem Konvensional

No.	Variabel	MIS	MSS	WF	WS
1	Organisasi	1,83	4,66	18,63	86,74
2	SDM	1,76	4,61	17,86	82,31
3	Manajemen	1,50	4,52	15,26	68,96
4	Usaha Agribisnis	1,55	4,65	15,80	73,46
5	Teknologi Informasi	3,19	4,73	32,45	153,40
WT		464,86			
CSI		93 (SANGAT PUAS)			

Sumber : Data Olahan, 2021

**Importance Performance Analysis (IPA) Petani Terhadap Sistem Konvensional**

Analisis tingkat kepuasan petani selanjutnya dilanjutkan dengan *Importance Performance Analysis* (IPA). Analisis IPA dilakukan untuk melihat variabel mana yang harus dipertahankan, ditingkatkan, dan dikurangi oleh lembaga pemasaran. Berikut Diagram *Cartesius*



Sumber : Data Olahan, 2021

Gambar 3. Diagram *Cartesius* Hasil Evaluasi Kinerja Lembaga Konvensional



tingkat kepuasan petani berdasarkan kinerja dan kepentingannya:

a) Kuadran I (Prioritas Utama)

Variabel yang termasuk kuadran I adalah variabel organisasi dan usaha agribisnis. Variabel yang masuk ke dalam kuadran ini artinya menurut petani variabel ini sangat penting akan tetapi kinerja dari tauke sebagai penyelenggara lembaga konvensional masih sangat rendah, sehingga variabel ini adalah prioritas utama untuk ditingkatkan.

Menurut petani kinerja lembaga konvensional di variabel organisasi masih jauh dari harapan, seperti tidak adanya rencana kerja yang jelas, tidak adanya kas dan iuran anggota, dan pemenuhan hak dan kewajiban yang belum optimal sedangkan untuk variabel usaha agribisnis, menurut petani tauke perlu memberikan bantuan berupa bibit, pupuk, ataupun pestisida, namun petani tidak pernah mendapatkan bantuan itu. Hal ini perlu diperhatikan tauke sebagai penyelenggara pemasaran secara konvensional agar petani tidak beralih ke lelang ataupun berpindah ke tauke lain yang dianggap lebih menguntungkan.

b) Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Variabel yang termasuk kuadran II adalah variabel yang menurut persepsi petani memiliki tingkat kepentingan yang tinggi serta sudah disertai dengan kinerja dari lembaga pemasaran yang sudah baik. Variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah variabel teknologi informasi. Menurut persepsi petani teknologi informasi yang menyangkut sosialisasi inovasi, penerimaan aspirasi, dan informasi terbaru sangat penting untuk petani dan kinerja dari lembaga konvensional juga sangat bagus. Hal ini dapat dilihat dari petani bebas menghubungi tauke kapan saja untuk menanyakan informasi terbaru atau untuk sekadar penyampaian pendapat terkait bokar yang akan dipasarkan.

c) Kuadran III (Prioritas Rendah)

Variabel yang termasuk kuadran ini adalah variabel sumber daya manusia dan manajemen. Variabel ini adalah variabel yang menurut persepsi petani tidak terlalu penting dan hal ini juga sejalan dengan kinerja lembaga yang tidak maksimal di variabel ini, sehingga tidak ada yang perlu ditingkatkan di bagian variabel ini.

d) Kuadran IV (Berlebihan)

Menurut persepsi petani pada lembaga pemasaran konvensional tidak ada variabel yang termasuk dalam kuadran IV sehingga tidak ada yang perlu dikurangi untuk menghemat biaya.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Adapun kesimpulan dalam penelitian ini adalah tingkat kepuasan petani terhadap kelembagaan pemasaran lelang dan konvensional sudah berada pada kategori sangat puas, akan tetapi pada masing-masing lembaga pemasaran masih ada beberapa variabel yang berada di kuadran I. Untuk lelang variabel yang perlu ditingkatkan kinerjanya oleh APKARKUSI adalah variabel usaha agribisnis, sedangkan untuk lembaga konvensional variabel yang perlu ditingkatkan yaitu variabel organisasi dan usaha agribisnis. Bagi para pembuat kebijakan pertanian di Kabupaten Kuantan Singingi penelitian ini dapat dijadikan salah satu acuan pembangunan masing-masing lembaga kedepannya. Bagi APKARKUSI perlu meningkatkan usaha agribisnis, sedangkan bagi lembaga pemasaran konvensional perlu meningkatkan organisasi dan usaha agribisnis. Sedangkan bagi petani karet di Kabupaten Kuantan Singingi diharapkan penelitian ini dapat menjadi dasar pertimbangan dalam mempertahankan atau mengubah pilihan lembaga pemasaran karetnya agar dapat meningkatkan perekonomian petani karet di Kabupaten Kuantan Singingi.

### Saran

Bagi masing-masing lembaga pemasaran baik lelang maupun konvensional, dapat mengoptimalkan sumberdaya petani dalam rangka mengoptimalkan masing-masing lembaga pemasaran.

Bagi para pembuat kebijakan pertanian di Kabupaten Kuantan Singingi hasil penelitian ini dapat dijadikan salah satu acuan pembangunan masing-masing lembaga kedepannya. Bagi APKARKUSI perlu meningkatkan usaha agribisnis, sedangkan bagi lembaga pemasaran konvensional perlu meningkatkan organisasi dan usaha agribisnis. Sedangkan bagi petani karet di Kabupaten Kuantan Singingi diharapkan penelitian ini dapat menjadi dasar pertimbangan dalam mempertahankan atau mengubah pilihan lembaga pemasaran karetnya agar dapat meningkatkan perekonomian petani karet di Kabupaten Kuantan Singingi.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Dr. Ir. Rosnita., M.Si selaku Dosen Pembimbing I

sekaligus Pembimbing Akademis (PA) dan Dr. Arifudin., SP., MP selaku Dosen Pembimbing II yang sudah banyak memberikan nasihat, kritikan, dan bimbingan kepada penulis dalam perkuliahan dan dalam penyelesaian tugas akhir ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Pihak Lembaga Asosiasi Pemasaran Karet Kuantan Singingi, Penyuluh Kuantan Singingi dan Petani Karet di Kuantan Singingi terima kasih sudah membantu penulis dalam mengumpulkan informasi yang dibutuhkan terkait penelitian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini D, Pandji D, Iksari M. 2015. Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index. *Jurnal Industri* Vol 4 No 2.
- Arifiyanti. 2017. Strategi Pengembangan Kelompok Tani Di Wilayah Banjir Daerah Aliran Sungai Bengawan Solo Kabupaten Bojonegoro. Tesis Institut Pertanian Bogor.
- Devani, V., Rizko, R. A. 2016. Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index ( CSI ) dan Potential Gain in Customer Value ( PGCV ). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*.
- Dinas Tanaman Pangan Hortikultura dan Perkebunan Provinsi Riau. 2018. Laporan kinerja instansi pemerintah (LKjIP) tahun 2017 Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura dan Perkebunan Provinsi Riau. 62. <http://distanbun.riau.go.id/wp-content/uploads/2019/05/LKjIP-DINAS-TPH-BUN-2018-1.pdf>.
- Handoko Bagus. 2017. Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Tltipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* Vol.18 No 1.
- Indrasari Methiana. 2019. Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. Jawa Timur :Unitomo Press.
- Kotler, Keller. 2014. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta : Erlangga.
- Ong O, Pambudi J. 2014. Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Importance Performance Analysis di SBU Laboratory Cibitung PT Sucofindo (Persero). *Jurnal Teknik Industri Universitas Diponegoro* Vol 9 No. 1.
- Sangadji, Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan. *Jurnal Penelitian Salemba*.
- Siyamto, Y. 2017. Kualitas Pelayanan Bank Dengan Menggunakan Metode IPA Dan CSI Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Syaifulloh, I Gede Pasek Suta Wijaya, Ario Yudo Husodo. 2018. Sistem Informasi Kepuasan Layanan Administrasi Akademik Berbasis IPA (Importance Performance Analysis) Studi Kasus Fakultas Teknik Universitas Mataram. *Journal of Computer Science And Informatics Engineering*.
- Zikri A, Harahap I. 2022. Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap konsumen pada PT POS Indonesia (Persero) Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi, dan Manajemen* Vol. 2 No.1.